

Quo vadis, Versicherungsmakler (und -dienstleister)?

VEMA- Hauptsitz in Heinersreuth

© VEMA Versicherungs-Makler-Genossenschaft e.G

Beginnen wir mit der grundsätzlichen Zukunftsfähigkeit des Versicherungsmaklers. Oftmals wird die Maklerzunft als zu antiquiert und gestrig dargestellt. Das Prinzip der direkten Kundenberatung wäre ein Auslaufmodell, das gar nicht mehr den Erwartungen und Wünschen der Kunden von heute entspricht. Und die modernen InsureTechs, die wie Pilze aus dem Boden schossen, würden das alles viel besser und zeitgemäßer machen und die Branche revolutionieren. Volldigitalisiert und in 4k HD.

Viva la Revolution. Oder doch nicht?

Ist Ihnen aufgefallen, wie wenig man mittlerweile von diesen Revoluzzern lesen kann? Hier mal eine Meldung, dass ein Start-up wieder ein paar Millionen Risikokapital bekommen hat; vielleicht dort mal eine Meldung, dass ein anderes durch einen Versicherer übernommen wurde. Modern oder altmodisch, am Ende des Tages muss sich ein Geschäftsmodell in Euro und Cent tragen und sich eine Firma dadurch allein finanzieren können. Uns ist kein InsureTech bekannt, bei dem dies der Fall ist. Auch liest man häufiger, dass sich immer mehr InsureTechs dem Vertriebskanal Versicherungsmakler öffnen würden. Das sagt eigentlich alles. Ganz so einfach ist das mit dem digitalen Vermitteln von Versicherungen eben doch nicht. Selbst bei den etablierten großen Vergleichsportalen sinkt der Absatzerfolg mit der Komplexität des Produkts. Der Kunde von heute ist zwar onlineaffin – wirklich sicher fühlen sich die meisten aber dann doch erst mit einem menschlichen Ansprechpartner. Das erklärt, dass im Jahr 2019 mehr als die Hälfte aller Versicherungsbestände bei den Vertretern der Versicherer liegen.

Keine Angst vor „großen Tieren“!

In dem Zusammenhang fällt unsere Sorge, dass Konzerne wie Google oder Amazon in den Versicherungsmarkt einsteigen könnten, eher verhalten aus. Obwohl mit Unmengen an Kapital ausgestattet, obwohl Datenkrake und Predator (Raubtier), steht und fällt deren Erfolg doch mit dem Kundenverhalten. Es ist nur sehr schwierig vorstellbar, weshalb sich dieses plötzlich ändern sollte. Kein Kunde wird spontan eine vorgesetzte BU abschließen, weil ihm diese als Kaufempfehlung zum Smoothie-Maker angezeigt wird, den er gerade in seinen Warenkorb gelegt hat. Der Kunde bleibt Kunde, und der schließt seit 25 Jahren eben nur die eher einfach zu verstehenden Produkte online ab. Vorstellbar bleiben für die genannten Unternehmen also ein paar Sparten der privaten Komposit Versicherung, Reiseversicherungen, Handyschutzbriebe usw. Bereiche, in denen Versicherungsmakler nicht gerade die größten Umsätze erzielen. Auch Amazon kann sich mit einer Auslandskrankenversicherung keine goldene Nase verdienen. Hinzu kommt noch, dass sich die Marktneulinge auch preislich hervortun müssen. Beim Einstieg mit einem Kampfpreis muss eine Versicherung irgendwann ausreichend kalkuliert werden – steigen die Beiträge massiv an, ist man seinen Bestand so schnell wieder los, wie man ihn aufgebaut hat. Betreuer mit Sachkenntnissen im Hintergrund braucht es in der Zeit des heutigen Fachkräftemangels außerdem. Tatsächlich können wir uns sehr schwer vorstellen, wie der Versicherungsmarkteintritt für einen dieser Weltkonzerne tatsächlich finanziell lukrativ werden kann. Ein Geschäft, bei dem man nichts verdient, ist keines. Es wurde schon sehr viel Geld in diesem Bereich verbrannt. Wir sind gespannt, wie das weiter geht.

Es geht um Individuen!

Der Beruf des Versicherungsmaklers ist die Zukunft. Seine Stärke ist die individuelle Beratung. Das Eingehen auf die Risikosituation des einzelnen Kunden, das Ausloten von Möglichkeiten entsprechend der Risikosituation des einzelnen Kunden. Und da können vollautomatisierte

Prozesse bereits an einer einfachen Wohngebäudeversicherung scheitern, weil mitgedacht werden muss, damit alles stimmt.

Digitalisierte Hilfestellung ja, aber nicht über den Makler hinweg!

Gerade die Individualität des Maklergeschäfts lässt eine vollständige Automatisierung im Zuge einer Digitalisierungsstrategie bei Maklern nicht zu. Natürlich lässt sich eine durchdachte Dateninfrastruktur aufbauen, mit der sich auch viele Prozesse automatisieren lassen – letztlich muss der Makler aber immer die Möglichkeit haben, Entscheidungen zu treffen. Im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie VEMADATA können Bestände einfach mit besseren Produkten aktualisiert werden. Ob Kunden eine Umstellung vorgeschlagen werden soll, muss der Makler entscheiden. Wir können nicht ahnen, wie die Situation beim Kunden ist und was in der Vergangenheit zur Auswahl gerade dieses Tarifs geführt hat. Unser Job ist es Vorschläge zu machen und alles vorzubereiten, damit ein Makler nur noch auf den Knopf drücken muss. Alles andere wäre ein massiver Eingriff in die Freiheit unserer Partner.

Quo vadis, Maklerdienstleister?

Das bringt uns zu den Maklerdienstleistern und wo deren Weg in der Zukunft hingehen wird. Auf einen Punkt gebracht, muss ein Maklerdienstleister das Arbeitsleben eines Maklers heute vielseitig bereichern. Es genügt nicht mehr, nur Courtagezusagen zur Verfügung zu stellen und Courtagen weiterzuleiten. Heute müssen technische Infrastrukturen geschaffen werden, die es einem typischen Maklerhaus mit durchschnittlich sechs Mitarbeitern möglich machen, auf der Höhe der Zeit zu bleiben. Dies ohne, dass schmerzhafte Investitionen nötig werden oder man seine Persönlichkeit als Firma aufgeben muss. Hinsichtlich der technischen Unterstützung sind wir mit unserer Digitalisierungsstrategie VEMADATA auf einem sehr guten Weg. Neben der Technik betrachten wir den Makler ganzheitlich, um bei allen Belangen Unterstützung bieten zu können. Das beinhaltet Produkte, Weiterbildung, Marketing, Unternehmensoptimierung. Da wir all das bereits seit mehr als zwanzig Jahren als Tagesgeschäft betreiben, fühlen wir uns sehr gut aufgestellt für unsere Partner. Und bei aller Bescheidenheit: der Erfolg gibt uns da recht.

Konsolidierung?

Speziell mit Blick auf die Maklerpools kommt immer wieder die Frage auf, ob in Zukunft mit Konsolidierungen zu rechnen sei. Wir glauben nicht, dass es unter den Anbietern mit echter Marktbedeutung in absehbarer Zeit eine Konsolidierung geben wird. Die bedeutenden Namen melden seit Jahren Erfolgzzahlen und haben ihre Fans im Maklermarkt gefunden. Man hat nicht den Eindruck, dass es nötig sei, sich freiwillig zusammenzutun – dafür scheinen die Philosophien bei den einzelnen Anbietern zu unterschiedlich. Liegen die Bestände eines Maklers nun beim Pool und nicht mit eigenen Zusagen direkt beim Versicherer, kann das zu Problemen führen. Wenn diese Bestände dann irgendwann vom Insolvenzverwalter freigegeben werden, wird der Cashflow bei den betroffenen Kollegen doch für einige Monate stocken. Dieses Problem besteht aber immer, unabhängig von der Größe eines Pools. Die Wirtschaftsgeschichte zeigt, dass „too big to fail“ eher eine Hoffnung als ein Gebot ist. Falsche Entscheidungen mit verheerenden Auswirkungen können in jedem Betrieb getroffen werden. Da ist es gut, wenn so eine Kooperation zumindest keine finanziellen Auswirkungen auf einen selbst hat. Das Risiko Dritter sollte nie das eigene werden dürfen.

Drum prüfe, wer sich bindet!

Bei der Auswahl eines Dienstleisters sollten Sie sich als Versicherungsmakler mindestens die folgenden Fragen stellen:

Ist der Anbieter finanziell gesund, damit einer langfristigen Kooperation grundsätzlich nichts im Weg steht?

Passen die angebotenen technischen Lösungen zu meiner Firma?

Muss ich mich komplett auf etwas Neues einlassen oder kann ich mich mit bisheriger Technik einfach „einklinken“?

Kann mir der Anbieter einen vertrieblichen Vorteil verschaffen (z. B. über Deckungskonzepte, Marketingunterstützung usw.)?

Habe ich es beim Kontakt mit dem Dienstleister mit Leuten vom Fach zu tun, die ihr Handwerk verstehen?

Hat man grundsätzliches Verständnis für Maklerbelange und will unterstützen oder will man nur mein Geschäft?

Da wir selbst aktive Makler sind, haben wir die VEMA so ausgerichtet, dass wir bei all diesen Fragen sehr gut abschneiden würden. Wer sich einen Eindruck von unseren Möglichkeiten machen möchte, der ist herzlich eingeladen. Monatlich finden bei uns digitale Interessentenschulungen statt. Eine E-Mail an uns reicht, um sich anzumelden.

Kontakt:

Eva Malcher

eva.malcher@vema-eg.de